lax889889.com 299520.xyz

头豹 LeadLeo

www.leadleo.com

2019年
中国潮流玩具行业概览

概览标签 ：潮流、玩具、手办、公仔

报告作者：李艺璇
2019/12

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用"头豹研究院"或"头豹"的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

liaohan.net nblax520.com

VISIT…

lax889889.com 299520.xyz

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究**、**政企咨询**、**产业规划**、**会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据**、**区块链**和**人工智能**等技术，围绕**产业焦点**、**热点**问题，基于**丰富案例**和**海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展

四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报

头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报

图说

表说

专家说

数说

详情请咨询

客服电话
400-072-5588

上海
王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京
杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳
李先生： 18916233114
李女士： 18049912451

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

概览摘要

潮流玩具又称设计师玩具，是以潮流文化为载体融合绘画、雕塑、艺术等元素的成人类型玩具。伴随潮流文化的兴起，兼具设计感和艺术感的潮流玩具满足了玩家追求新潮和时尚的需求，迅速在热爱二次元、动漫的95后、00后年轻一代中掀起热潮。中国潮流玩具行业市场规模（按规模以上企业销售额计）在过去五年间基本呈现上升态势，由4.8亿元增长至10.6亿元，年复合增长率达21.9%。

◆ **众筹平台助力行业快速发展**

多数不知名的艺术家因其个人品牌影响力不足，缺少潮流玩具企业愿意购买其IP形象进行工厂量产，因此这类艺术家会选择在众筹平台发起筹款需求。当前，市场上众筹平台众多，如淘宝众筹、摩点网、青橘众筹、京东众筹、众筹网等，其中，摩点网专注于游戏、潮玩模型领域的众筹项目运营，拥有较强的影响力。众筹模式可帮助经济实力较弱和品牌影响力较差的艺术家发售产品，助力潮流玩具行业发展。

◆ **潮流文化兴起驱动行业发展**

由于95后、00后的成长经历伴随着游戏机、电脑、手游、动漫的发展，相比物品的实用价值，更注重物品所带来的精神层面上的体验，追求享受型的文化娱乐消费，伴随95后、00后逐渐成为大众娱乐消费的主力群体，潮流文化在中国迅速兴起并逐渐大众化。具备独特艺术设计感、个性分明的小众设计风格日渐受到消费者青睐。

◆ **中国内地原创势力未来将逐渐崛起**

潮流玩具行业发展至今已有20余年，最早起源于中国香港地区，随后风靡于欧美、日韩地区，如日本的Be@rbrick，美国的Kidrobot，韩国的Sticky Monster Lab均具有较强的品牌影响力，中国内地大多数潮流玩具产品仅停留于模仿阶段。近10年来，中国内地的原创势力开始崛起，北京艺术家汪钰伟与香港adFunture合作出品的I,WZL是中国第一款由内地艺术家设计的潮流玩具，在潮流玩具界引起巨大反响。

企业推荐：

艾漫动漫、魔力风暴、ACTOYS

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

目录

- 名词解释 ---- 06
- 中国潮流玩具行业市场综述 ---- 07
  - 定义及分类 ---- 07
  - 发展历程 ---- 08
  - 产业链 ---- 09
  - 市场规模 ---- 13
  - 市场现状 ---- 14
- 中国潮流玩具行业驱动因素 ---- 15
  - 潮流文化兴起 ---- 15
  - 众筹平台助力行业发展 ---- 16
- 中国潮流玩具行业风险分析 ---- 17
- 中国潮流玩具行业相关政策 ---- 18
- 中国潮流玩具行业发展趋势 ---- 19
  - 潮流玩具营销方式趋于多元化 ---- 19
  - 中国内地原创势力逐渐崛起 ---- 20
- 中国潮流玩具行业竞争格局 ---- 21
- 中国潮流玩具行业投资企业分析 ---- 22
- 方法论 ---- 28
- 法律声明 ---- 29

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

名词解释

- **潮流玩具：**又称设计师玩具，是以潮流文化为载体融合绘画、雕塑、艺术等元素的成人类型玩具。
- **手办：**又称“人形”，以ACGN为原型的人物模型动漫周边，起源于日本。
- **可动人偶：**起源于欧洲，是一种关节可灵活转动的人偶类型，常见尺寸为12寸。
- **公仔：**香港、澳门地区对于玩偶的别称，通常为漫画、影视、网游的角色衍生周边，拥有丰富的人物背景支撑。
- **IP：**英文全称是“Intellectual Property”，即知识产权，权利人对其所创作的智力劳动成果所享有的财产权利，多广泛存在于音乐、影视、戏剧、动漫、游戏领域。
- **盲盒：**商家将任一动漫、影视作品的周边或设计师设计的玩偶玩具放入密闭盒子内，消费者拆开后才可知晓其所抽中的具体商品类型。
- **平台玩具：**尚未上色的玩具白色素体。

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业市场综述——定义及分类

潮流玩具定义

潮流玩具又称设计师玩具，是以潮流文化为载体融合绘画、雕塑、艺术等元素的成人类型玩具。

潮流玩具分类

根据类型不同，潮流玩具可分为手办、可动人偶、公仔。

➢ 手办

又称“人形”，以ACGN为原型的人物模型动漫周边，来源于日本。早期的手办为尚未上色组装的模型套件，需手办玩家使用喷笔等工具进行上色、拼装。后期的手办泛指为收藏性人物模型。手办制作的原料多为树脂，触感类似触摸象牙的手感。

➢ 可动人偶

起源于欧洲，是一种关节可灵活转动的人偶类型，常见尺寸为12寸。玩家可根据个人爱好对人偶进行换装和姿态变换。可动人偶的材质多为乙烯树脂和硅胶，可达到接近人类皮肤的触感。市场上的可动人偶包括DD娃娃（Dollfie Dream）、BJD娃娃（Ball Joint Doll）。其中，DD娃娃为日本潮玩企业Volks推出的二次元脸部形象的可动人偶类型，原材料为矽胶，BJD娃娃为球形关节可动人偶，关节处由球形部分连接，原材料为高级树脂，尺寸为10-70厘米不等。

➢ 公仔

香港、澳门地区对于玩偶的别称，不同于手办、可动人偶等类型的潮流玩具，公仔通常为漫画、影视、网游的角色衍生周边，拥有丰富的人物背景支撑。外表多为可爱乖萌的治愈系形象。公仔主要以棉花、化纤海绵、泡沫粒子为填充物，以毛绒作为面料制造而成。少部分公仔利用搪胶作为材料，如当前市场上流行的CS公仔，亦受到玩家欢迎。

潮流玩具展示

手办

可动人偶

公仔

来源：淘宝官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业市场综述——发展历程

中国潮流玩具行业受经济、政策、社会环境等因素影响，发展至今，共经历萌芽期、快速发展期两个阶段。

- **萌芽期（20世纪90年代-2000年）：**中国潮流玩具兴起于香港地区，当时，香港正经受潮流文化和嘻哈文化的洗礼，艺术家Michael Lau受到邀请为香港地下乐队“Anodize”亚龙大的第三张专辑《Action Figures》设计唱片封面，他根据乐队5位成员的形象制作了5个12寸人形玩偶，这是中国最早的潮流玩具雏形。1998年，Michael Lau结合当时流行的街头滑板文化创作了四格漫画《Gardener》,并以其中的人物角色为原形在同年的香港玩具展上向市场推出独具个性的人形玩偶以及服饰配件等角色周边，引起市场空前的关注度。1999年，Michael Lau 在香港艺术中心举办「Michael Lau Exhibition 3-Gardner-Crazy smiles」，并先后在马来西亚、纽约、伦敦、日本等地进行巡回展览，掀起全球潮流玩具的浪潮。

- **快速发展期（2001年-至今）：**在全球潮玩文化兴起的时代背景下，各类潮流玩具快速涌现，如日本Medicom Toy的BE@RBRICK，香港2R的Qee、美国Kidrobot的Dunny受到众多消费者欢迎。2001年，著名潮流玩具企业How2work成立，主推军事形象的可动人偶，后期因制作技艺精良获得众多热门电影授权生产周边至日本、韩国、欧洲、美国等地，如蝙蝠侠、钢铁侠、复仇者联盟，潮流玩具在香港、澳门地区形成较大规模的消费者群体。但由于潮玩文化尚未在中国大陆形成潮流，且潮流玩具单价较贵，因此潮流玩具在大陆的发展势头较为缓慢。2016年，潮流玩具企业泡泡玛特引入香港潮流玩具IP Molly，并将其进行等比缩小后以更低的单价向消费者出售，同时利用盲盒等多元化的销售方式拓展消费群体。潮流玩具在中国大陆正式进入大众视野，销售量迅速上升。

- 当前，中国潮流玩具行业依然处于快速发展阶段，Pucky、Fluffy House、Satyr等热门潮流玩具IP不断推出新的系列，满足消费者的需求。潮流玩具企业亦不断寻求多元化的销售形式向市场推广潮流玩具品牌，同时持续开发新型潮流玩具，吸引消费者群体。

中国潮流玩具行业发展历程

萌芽期（20世纪90年代-2000年）	快速发展期（2001年-至今）
➢ 20世纪90年代，艺术家Michael Lau以香港地下乐队“Anodize”亚龙大5位成员的形象制作了5个12寸人形玩偶，这是中国最早的潮流玩具雏形； ➢ 1998年，Michael Lau结合当时流行的街头滑板文化创作了四格漫画《Gardener》,并以其中的人物角色为原形推出独具个性的人形玩偶以及服饰配件等角色周边； ➢ 1999年，Michael Lau 在香港艺术中心举办「Michael Lau Exhibition 3-Gardner-Crazy smiles」	➢ 各类潮流玩具快速涌现，如日本Medicom Toy的BE@RBRICK，香港2R的Qee、美国Kidrobot的Dunny受到众多消费者欢迎； ➢ 2001年，著名潮流玩具企业How2work成立，主推军事形象的可动人偶； ➢ 2016年，潮流玩具企业泡泡玛特引入香港潮流玩具IP Molly，并将其进行等比缩小后以更低的单价向消费者出售，同时利用盲盒等多元化的销售方式开发消费群体

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业市场综述——产业链

中国潮流玩具行业产业链分为三个部分，上游参与者为IP提供商、原材料提供商、工厂，中游主体为潮流玩具品牌，下游主体涉及销售渠道和消费者，潮流玩具通过线上渠道和线下渠道流向终端消费者，其中线上渠道包括电商平台、潮玩社区、二手平台等，线下销售渠道包含无人零售机、直营门店、潮玩展会等。

中国潮流玩具行业产业链

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业市场综述——产业链上游分析

产业链上游概述

中国潮流玩具行业产业链上游参与主体包括IP提供商、原材料提供商、工厂。

（1）IP提供商

潮流玩具的IP分为两种：①设计师IP，即没有故事文本、电影戏剧情节、游戏设定支撑的IP类型，潮流玩具玩家可根据自己的理解赋予其人物意义。这种类型的IP多来源于艺术家自主创作，如Molly、Pucky、Bear Brick等。潮流玩具企业通过与艺术家签约的方式获得独家代理权，当前，知名艺术家的IP独家代理费已高达千万元人民币；②另外一类为知名电影、动漫、网剧、游戏中的人物角色所衍生出的热门IP形象，又称国民IP，如钢铁侠、樱桃小丸子等。这种类型的IP提供商主要为电影公司、游戏公司、网剧制片公司、动漫制作公司，如迪士尼、福克斯、华纳兄弟等。

（2）原材料提供商

潮流玩具的原材料主要为TPE软胶、硅胶、树脂三类：①TPE软胶：又称人造橡胶，属于有机硅产品，加工方式多样，可采用注塑、挤出、吹塑等方式生产，生产过程简易，拥有良好的弹性，不易撕裂；②硅胶：以二氧化硅为主要成分，相比TPE软胶，硅胶的材质较硬，但因此细节表现力更强，同时拥有更好的耐高温特性，不易燃烧，无毒无味，可达到食品级标准。硅胶的成本远高于TPE软胶，因此硅胶娃娃的价格为10,000-15,000元之间，而TPE软胶娃娃的价格为5,000-8,000元之间；③树脂：光泽感更强，材质易碎，生产环节要求高，因此，以TPE软胶和硅胶为原材料的潮流玩具可实现工厂量产，而以树脂为原材料的潮流玩具不能实现量产，发售数量有限，玩家多以收藏款心态购买。当前，潮流玩具原材料供应商数量较多，多分布于广州、惠州地区，原材料生产环节技术含量低，市场产量及价格较为稳定，行业集中度较低，对产业链中游的议价能力较差。

（3）工厂

潮流玩具企业根据IP提供商出具的IP设计草图进行3D建模，并依照建模的结果打造模具，每个模具的平均打造价格为3万元人民币，后续潮流玩具企业委托工厂进行量产。当前，泡泡玛特等部分拥有雄厚资金背景的知名潮流玩具品牌自建工厂进行产品生产，其余潮流玩具企业因资金不足，无法自建完整的产品生产线，采用外包形式与工厂合作生产，为避免工厂在合同期截止后私下生产产品获得超额利润，企业通常与多家工厂合作生产同一款产品，产品生产流程被分割成3-4段，以Bear Brick为例，其中一家工厂生产头部，一家工厂生产身体部分，一家工厂进行头部、身体部分的组装，剩余最后一家工厂进行整体的上色和包装，其中任意一家工厂均无法获得产品的完整生产流程，从而减少产品仿冒的风险。在工厂生产环节，生产效率更高的工厂议价能力更高。

潮流玩具IP分类

潮流玩具IP	特点
设计师IP	艺术家融入自身的个性特点和潮流态度进行自主创作，无故事文本、电影戏剧情节、游戏设定支撑，玩家可根据自己的理解赋予其人物意义
国民IP	知名电影、动漫、网剧、游戏中的人物角色所衍生出的热门IP形象

潮流玩具原材料展示

软胶娃娃

- ✓ 生产过程简易
- ✓ 不易撕裂

树脂娃娃

- ✓ 光泽感更强
- ✓ 材质易碎

硅胶娃娃

- ✓ 材质较硬
- ✓ 无毒无味

来源：天猫官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业市场综述——产业链下游分析

产业链下游概述

中国潮流玩具行业产业链下游环节为销售渠道和消费者。

（1）销售渠道

潮流玩具行业的销售渠道分为线上渠道和线下渠道，其中线下渠道为主力销售渠道，销售占比为80%。

①线上渠道：线上渠道包括电商平台、潮玩社区、二手平台三类。其中，电商平台以淘宝、天猫、京东为主，潮玩社区则以泡泡玛特于2016年打造的葩趣为代表，潮流玩具玩家可选择感兴趣的潮玩IP圈子，与其他玩家进行交流、分享、互换手中的潮流玩具产品，潮流玩具企业亦可通过定期组织主题活动的形式推销旗下产品，而二手平台则是以闲鱼为主力渠道，部分玩家会将收藏的潮流玩具放至闲鱼上流通出售，收藏价值较高的热门款或盲盒隐藏款溢价高达20-30倍；

②线下渠道：线下渠道分为无人零售机、直营门店、潮玩展会。无人零售机由于占地面积小，可大幅减少房租、人员开支，被广泛投放于城市各个场所，如电影院、商场、办公楼、居民小区、地铁站。相比直营门店，无人零售机拥有成本优势，且管理方便，可实现零售端口快速铺排，迅速拓展市场；直营门店作为优质产品的展示窗口，多设置于一二线城市重点商圈的大型商城内，借助其客流量完成产品销售和品牌推广；潮玩展会：自2017年起，泡泡玛特已于上海、北京两地举行5届国际潮流玩具展，众多中国海内外知名艺术家和品牌参展，在展会上玩家可购买限量潮流玩具产品并与艺术家面对面互动合影、得到艺术家的亲笔签名。潮玩展会成为艺术家和玩家交流平台的同时，已成为企业销售潮流玩具产品的重要渠道。

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业市场综述——产业链下游分析

产业链下游概述

（2）消费者

中国潮流玩具行业的市场消费主力分为两类，企业消费者和个人消费者。

①**企业消费者：**数量占比10%。部分企业与潮流玩具企业合作定制产品周边，如电影公司定制以旗下电影中的人物形象为载体的潮流玩具作为礼物附赠给购票观众，以升级消费者的购票体验。又如音乐剧、戏剧制片公司定制潮流玩具周边于观影后向观众售卖，以获得额外利润；

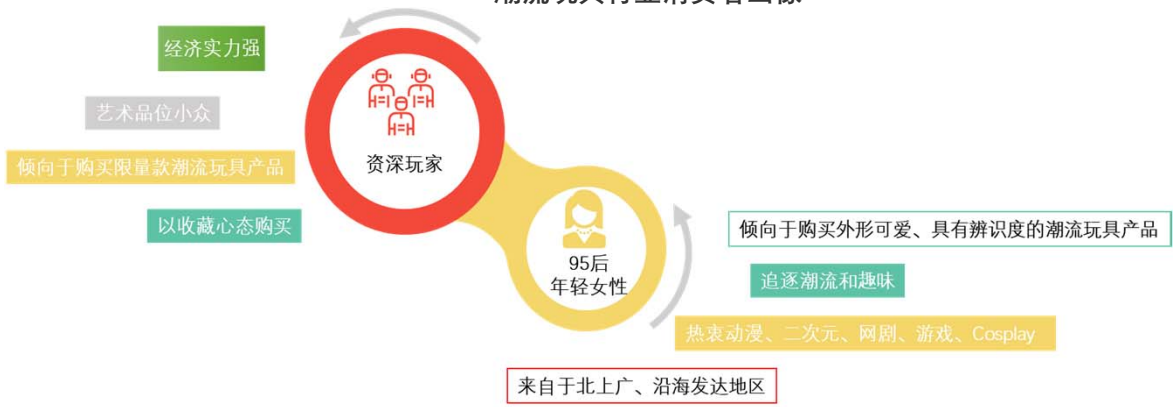
②**个人消费者：**数量占比90%。其中，95后年轻女性为潮流玩具行业主力消费者，数量占比70%，多来自于北上广、沿海发达地区，热衷动漫、网剧、游戏、Cosplay、二次元，追逐潮流和趣味，倾向于购买外形可爱、具有辨识度的潮流玩具产品。此外，在个人消费者群体中，热爱街头文化、拥有较强经济实力的资深玩家偏向于购买具有艺术张力、外形小众、由知名艺术家设计、拥有艺术收藏价值的限量款潮流玩具产品。

潮流玩具行业消费者分类

企业消费者
消费需求为定制产品周边

个人消费者
满足年轻人追求新潮和时尚感

潮流玩具行业消费者画像



©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

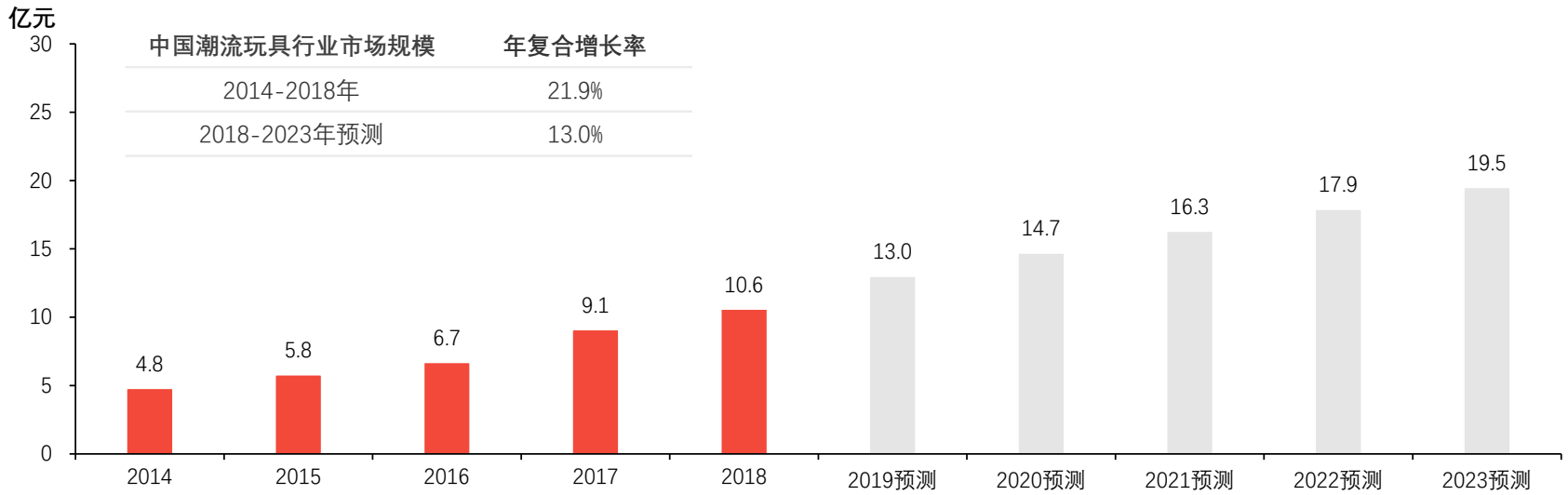
lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业市场综述——市场规模

伴随潮流文化的兴起，兼具设计感和艺术感的潮流玩具满足了玩家追求新潮和时尚的需求，迅速在热爱二次元、动漫的95后、00后年轻一代中掀起热潮。截至2018年底，中国“泛二次元”消费者规模将近3.5亿人，在线动漫用户规模亦达到2亿多人，这类人群消费意愿强烈，消费基础稳固，其父母亦拥有较强的经济实力。庞大的人口基数和强大的购买力促使中国潮流玩具行业快速发展，2014-2018年，中国潮流玩具行业市场规模（按规模以上企业销售额计）由4.8亿元增长至10.6亿元，年复合增长率达21.9%。

预计未来5年，中国潮流玩具行业市场规模将以13.0%的年复合增长率不断增长，有望于2023年达到19.5亿元。未来中国潮流玩具行业市场规模进一步增长原因包含以下两点：（1）潮流玩具营销方式趋于多元化；（2）中国内地原创势力逐渐崛起。

中国潮流玩具行业市场规模（按规模以上企业销售额计），2014-2023年预测



©2019.12 LeadLeo

头豹 LeadLeo 400-072-5588

www.leadleo.com

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业市场综述——投融资现状

潮流玩具行业受到资本青睐。潮流玩具行业毛利率较高，如泡泡玛特自登陆新三板以来毛利率持续走高，于2018年上半年达到59.9%，吸引资本纷纷加持。当前，市场上已有多家潮流玩具企业获得投资，且这些企业创办历程较短，如隶属于艾漫动漫的IPSTAR潮玩星球品牌于2018年7月获得Pre-A轮投资，投资额达3,000万元，专门从事IP孵化、潮流衍生品开发设计的御座文化于2018年3月获得来自同创伟业3,000万元A轮投资，知名手办制作企业Hobbymax于2018年2月获得华文宏盛数千万元A轮投资，动漫衍生品零售品牌超级萌工厂于2018年7月获得来自聚卓投资、原创资本的1,000万元Pre-A轮投资。与此同时，伴随年轻一代更追求新潮的精神娱乐消费，市场对潮流玩具行业需求量不断上升，亦使得潮流玩具行业持续受到多方资本青睐，未来，资本将助推潮流玩具行业进一步爆发。

潮流玩具被赋予理财属性。潮流玩具不同于儿童玩具，是存在于通俗文化和艺术表达之间的桥梁。在潮流文化逐渐风靡全球的背景下，部分潮流玩具产品逐步进入奢侈品领域。由于众多潮流玩具采用限量发行的方式出售，且艺术家不会再次复制量产，因此这类潮流玩具成为稀缺品类，价格高达上万元，同时在二级交易市场上，其溢价高达20倍。这类潮流玩具受到玩家热捧，并成为其收藏的对象，潮流玩具不再仅为充满艺术家创意的玩具，亦被赋予了理财属性，部分玩家以投资甚至投机的心态抢购潮流玩具，寄希望于二级交易市场上溢价出售，获取超额利润。

潮流玩具行业投融资事件

机构名称	融资金额	融资轮次	融资时间	投资方
Hobbymax	数千万元	A轮	2018年2月	华文宏盛
御座文化	3,000万元	A轮	2018年3月	同创伟业
超级萌工厂	1,000万元	Pre-A轮	2018年7月	聚卓投资、原创资本
IPSTAR潮玩星球	3,000万元	Pre-A轮	2018年7月	火山石资本、厚德前海、米哈游

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

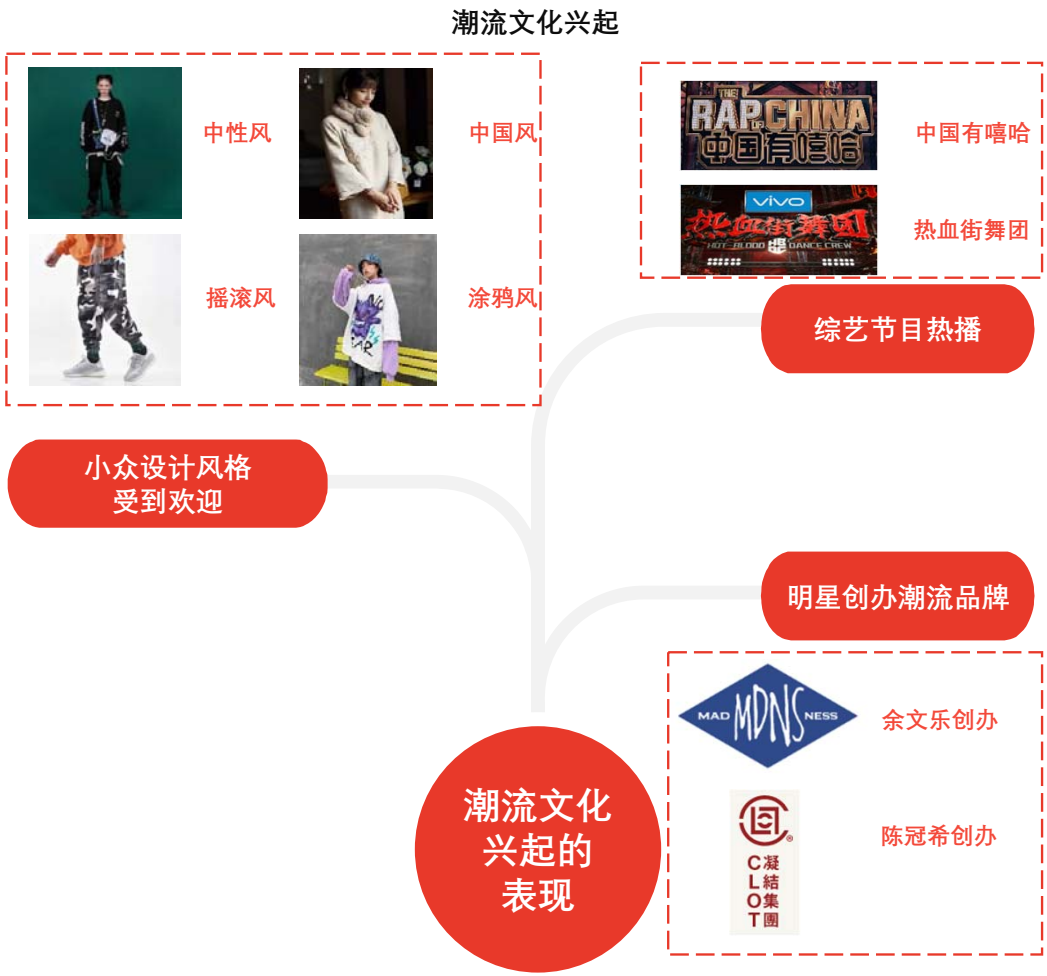
liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业驱动因素——潮流文化兴起

根据在潮流玩具行业排名前5的企业专家介绍，由于95后、00后的成长经历伴随着游戏机、电脑、手游、动漫的发展，比起物品的实用价值，更注重物品所带来的精神层面上的体验，追求享受型的文化娱乐消费，伴随95后、00后逐渐成为大众娱乐消费的主力群体，潮流文化在中国迅速兴起并逐渐大众化。具备独特艺术设计感、个性分明的小众设计风格日渐受到消费者青睐，如中性风、冷淡风、中国风、街头风、工装风、复古风、摇滚风、涂鸦风。此外，综艺类节目《中国有嘻哈》、《中国新说唱》、《热血街舞团》在电视荧屏上的热播使得嘻哈风、街舞风在年轻一代中迅速流行。同时，余文乐、陈冠希、五月天阿信、林俊杰等明星创办的MADNESS、CLOT、StayReal、SMG潮流品牌利用明星流量在年轻消费者中掀起国潮风暴，潮流文化逐渐由边缘小众转变为主流文化之一，年轻一代对于潮流品牌的接受程度提高，消费热情高涨。

区别于儿童玩具，潮流玩具展现艺术家对于世界的认知和对生活的感悟，属于潮流品牌的细分市场，是潮流文化重要组成部分。受潮流文化兴起的影响，潮流玩具的精神内核升级为年轻一代追寻的一种生活方式和人生态度，日渐增多的消费者将潮流玩具作为与雕塑、邮票艺术价值相同的“精神奢侈品”，潮流玩具市场规模迅速扩大。



来源：天猫官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业驱动因素——众筹平台助力行业发展

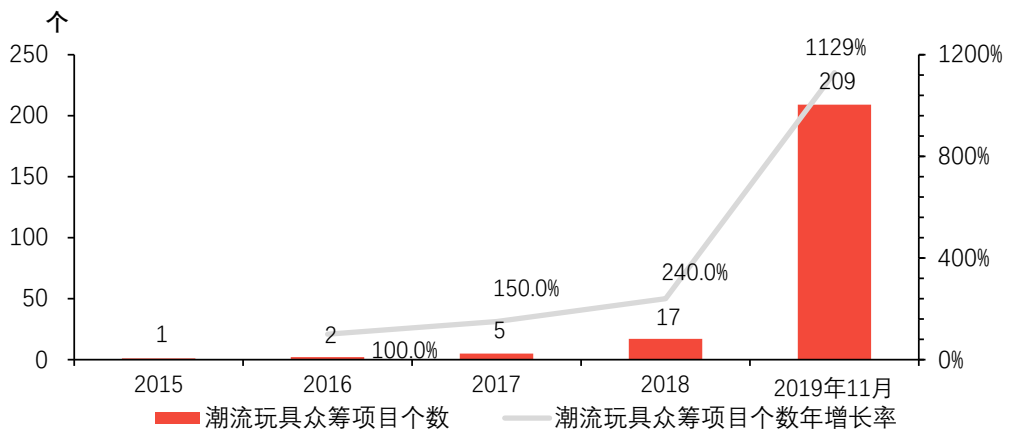
Michael Lau、Kenny Wong等知名艺术家属于潮流玩具产业链中的稀缺资源，潮流玩具品牌企业会争相与其签订合约，买断其创造的潮玩IP形象。而多数不知名的艺术家因其个人品牌影响力不足，无潮流玩具企业愿意购买其IP形象进行工厂量产，因此这类艺术家会选择在众筹平台发起筹款需求，公布所设计的潮玩IP草图，并设定众筹金额目标以及截止日期。当前，市场上众筹平台众多，如淘宝众筹、摩点网、青橘众筹、京东众筹、众筹网等，其中，摩点网专注于游戏、潮玩模型领域的众筹项目运营，拥有较强的影响力。伴随潮流文化的兴起，2015-2019年11月，摩点网上发布的潮流玩具众筹项目不断增多，从2015年的1个众筹项目增长至今已超过200个。

潮流玩具的众筹模式多样，现多采用回报众筹模式，即若指定时间内项目筹到足够资金，艺术家则开模制作所发布的潮玩IP实体产品寄于支持者，若规定时间内项目未筹到目标金额，艺术家则将已收到的众筹资金返还给支持者。这种模式可帮助经济实力较弱和品牌影响力较差的艺术家发售产品，助力潮流玩具行业发展。

此外，部分艺术家因不愿所设计的潮玩IP过度商业化，亦选择通过众筹平台向少量认同产品艺术价值的玩家发售产品。同时，部分潮流玩具企业利用众筹模式进行产品预售，以测试其市场火爆程度。

潮流玩具回报众筹模式

摩点网-潮流玩具众筹项目个数,2015-2019年11月底



来源：摩点网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业风险分析

中国潮流玩具行业主要面临以下风险：

（1）产品安全风险

质量低劣的潮流玩具可能会对玩家的身体健康造成影响。如国家市场监督管理总局多次发现来自娃娃机、路边摊、玩具商城中的部分毛绒公仔存在甲醛超标的情况。甲醛主要来自毛绒公仔表面的纺织面料，部分不良厂家为使毛绒公仔的外表光泽感更强，在纺织面料中添加低劣染色助剂，而低劣染色助剂中甲醛极易超标，甚至存在重金属。若玩家长时间直接接触这类毛绒公仔，甲醛通过呼吸道进入玩家身体，易导致咳嗽、肌肤过敏、头疼等情况，甚至致癌。

（3）行业竞争风险

潮流玩具行业存在数量众多且规模较小的潮玩工作室，单个工作室的市场占有率较低，竞争激烈，由于当前，中国劳动力价格及房租存在上涨压力，成本大幅上升对利润空间较小的潮玩工作室将造成较大冲击，其在资金缺乏的情况下无法完成品牌沉淀、产品创新、销售渠道完善等行为，较难形成品牌核心竞争力，企业清算、破产、淘汰速度将进一步加快，行业竞争风险显著。

（2）市场风险

部分限量款潮流玩具在二级交易市场上的溢价高达30-40倍，这与产品本身的艺术价值无关，而是众多非潮流玩具爱好者恶意炒作所致。尤其是以盲盒方式销售的潮流玩具，隐藏款由于其稀缺性受到玩家热捧，部分消费者以投机为目的不断购买盲盒并放至二手市场上高价出售，以获得超额利润，或认为其可保值升值高价购买，成为套路收割的对象。这种行为易导致潮流玩具的炒作者不断增多，纯粹的潮玩爱好者日渐减少，价格泡沫不断变大，一旦破灭则会伤害玩家和整个行业的利益。

（4）消费者流失风险

相比于经典传统的角色形象，绝大多数无文本故事、电影戏剧情节支撑的潮流玩具的角色形象缺乏大众认同感，难以沉淀下来，容易被另一种潮流风向所替代。此外，消费者偏好变化速度较快，若企业不能及时根据消费者偏好风向进行角色设计和业务转型，经营易陷入困境。

潮流玩具行业受消费者偏好的影响较大，企业需持续推出符合消费者口味且新颖奇特的角色设计，否则会流失很多已有和潜在的潮流玩具玩家。

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业相关政策

中国政府高度重视潮流玩具行业的发展，自2010年起连续颁布一系列政策法规扶持行业快速发展，主要从以下三个方面体现：

（1）加强对潮流玩具产品质量安全的监管，保护消费者的人身健康和安全，并对潮流玩具产品的使用原料以及包装材料的环境行为提出了控制要求；

（2）明确提出要加强流行趋势研究，提升产业竞争力，从而实现潮流玩具产业设计升级。

中国潮流玩具行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点
《制造业设计能力提升专项行动计划（2019-2022年）》	2019-10	工业和信息化部、国家发展和改革委员会	提出要实现传统优势产业设计升级。在消费品领域，支持智能生态服装、家用纺织品、产业用纺织品、鞋类产品、玩具家电、家具等设计创新。加强流行趋势研究，提升产业竞争力
《玩具及儿童用品材料中总铅含量的测定》（GB/T22788-2016）	2017-07	中国质检总局国家标委会	规定了玩具材料中总铅含量的测定方法，适用于玩具用品表面涂层、金属材料及非金属材料中总铅含量的测定
《消费品标准和质量提升规划（2016-2020年）》	2016-09	国务院办公厅	促进儿童用品生产设计与国产动漫文化产品跨界融合，增强产品趣味性、娱乐性和吸引力，培育和壮大一批自主品牌企业
《“十三五”国家科技创新规划》	2016-07	国务院	以多元化投资和市场化运作的方式，推动科普展览、科普展教品、科普图书、科普影视、科普玩具、科普旅游、科普网络与信息等科普产业的发展
《国务院关于促进加工贸易创新发展的若干意见》	2016-01	国务院	发挥沿海地区示范带动作用，促进转型升级提质增效，稳定传统优势产业。继续发展纺织服装、鞋类、家具、塑料制品、玩具等传统劳动密集型加工贸易产业，巩固传统优势。支持企业加强技术研发和设备改造，提升产品技术含量和附加值，增强企业核心竞争力
《强制性产品认证（CCC认证）》	2010-12	中国认证认可监督委员会	要求玩具企业所生产的产品必须送往指定的检测中心进行检测，主要从玩具的使用原料以及结构设计等方面进行测试，产品需获得CCC认证并印上认证标志后才能投放市场进行销售

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业发展趋势——潮流玩具营销方式趋于多元化

潮流玩具企业为快速打造产品影响力，采取了多元化的营销方式：（1）盲盒。类似售卖彩票的一种潮流玩具销售方式，企业将任一潮流玩具放入密闭包装盒内，玩家拆开后才可知晓所抽中的具体商品类型。由于盲盒在拆开之前，消费者无法得知所购买的潮流玩具具体款式，这种信息的不确定性促使拆盲盒的整个过程相当于刮彩票，充满神秘感，令玩家感到兴奋和刺激，若抽中心仪的款式，则玩家心理上会得到额外的惊喜，若未抽中心仪的款式，由于盲盒的单价较低，重复购买并不会对玩家造成较大的经济压力，此时笃定下次肯定抽中心仪款式的赌徒心态促使玩家再次购买盲盒；**（2）平台玩具。**即尚未上色的玩具白色素体，玩家可根据自己的想象进行自主绘色，同时融入自身的个性特点和潮流态度，重新创作出独一无二的潮流玩具成品。这种素体再创作的形式早期受到众多艺术家的喜爱，后逐渐发展成为一种营销方式，潮流玩具企业在直营门店设置体验区，使得进店玩家可享受亲自创作潮流玩具的乐趣。这种方式增加了直营门店的客流量，同时激发了众多消费者对于潮流玩具的浓厚兴趣；**（3）限量发售。**市场上的高端潮流玩具通常由知名艺术家设计，艺术价值较高，在二级市场上具备高溢价能力，受到资深玩家热捧。高端潮流玩具多采用限量发行的方式销售，而玩家需通过回答问题、排队抽签或评比的方式获得购买资格。这种营销方式除了可以减少黄牛购买并恶意炒作的现象发生，亦可体现产品的高端性和稀缺性，并在玩家中形成广告效应，获取更高的关注度和消费者流量。如由艺术家龙家升设计的Labubu潮流玩具每次仅发售极少的数量，在泡泡玛特门店引起数次排队疯潮。

盲盒

Molly宫廷瑞兽款式

Molly宫廷瑞兽盲盒包装

平台玩具展示及产品制作流程

来源：泡泡玛特天猫官方旗舰店，中外玩具网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业发展趋势——中国内地原创势力逐渐崛起

潮流玩具行业发展至今20余年，虽起源于中国香港地区，但先风靡于欧美、日韩地区，如日本的Be@rbrick，美国的Kidrobot，韩国的Sticky Monster Lab均具有较强的品牌影响力，当时，中国内地大多数潮流玩具产品仅停留于模仿阶段。根据在潮流玩具行业排名前5的企业专家介绍，近10年来，中国内地的原创势力开始崛起，北京艺术家汪钰伟与香港adFunture合作出品的I，WZL，是中国第一款由内地艺术家设计的潮流玩具，在潮流玩具届引起巨大反响。汪钰伟和adFunture号召各地的玩家结合自身的情感和个性再创作"I，XXX"系列作品，如"I，叉烧"、"I，MART"等，共同参加"I，CHINA"展览，在内地掀起"I，XXX"风潮，进一步将内地原创潮流玩具产品推向全球市场。此外，中国内地艺术家结合中国文化元素创造了一系列热门潮流玩具产品。2012年，艺术家丁成虎设计创作的第一款川剧变脸娃娃受到玩家热捧，且成为游客游玩成都时的必买纪念品之一。由故宫设计师团队原创的潮流玩具借助故宫IP的文化影响力获得消费者青睐，销量持续上升。建筑设计师杨青转行创办的潮流玩具品牌忒逗突破制作潮流玩具的原始材料，转而使用中国传统材质陶瓷来表现产品的艺术张力。与此同时，泡泡玛特于上海、北京两地定期举办国际潮流玩具展，为内地设计师提供展示原创潮流玩具产品的平台，助力中国内地潮流玩具市场发展。未来，中国内地原创势力将加速崛起，在全球潮流玩具市场形成文化风潮。

来源：中国设计之窗，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业竞争格局

经过多年激烈的市场竞争，中国潮流玩具行业的竞争格局逐渐呈现明显的梯队差异，具体可分为三个梯队：

（1）潮流玩具行业第一梯队为泡泡玛特，市占率达到60%。2016年，泡泡玛特引入香港潮流玩具IPMolly，将潮流文化带入中国内地，掀起内地的潮流玩具风暴，其旗下拥有多个热门IP潮流玩具产品，如Pucky、潘神洛丽、Labubu等，并定期于上海、北京两地举办国际潮流玩具展会，吸引潮流玩具爱好者参加，进一步扩大品牌影响力。泡泡玛特于2017年1月正式登陆新三板，并于2019年4月退市，上市交易期间，泡泡玛特的净利率不断提高，由2017年的4.4%增长到2018年上半年的13.6%，前景广阔。

（2）潮流玩具第二梯队为末那、52TOYS、HobbyMax等从事手办及IP衍生品设计、制作、零售领域的企业，市占率达到30%：①末那：以设计制作高端GK模型以及雕像为业务领域的专业工作室，于2018年10月获得来自光线彩条屋千万级人民币的战略投资金额；②52TOYS：主营业务为服务B端企业用户，如王者荣耀、小米、三国杀，为其提供衍生品的整体解决方案，以及服务C端个人用户，设计开发BEASTBOX（猛兽匣）系列，以及MEGABOX（万能匣）系列向个人消费者出售；③HobbyMax：以16-30岁的中高端泛二次元人群为客户对象，出品人形手办、动漫IP衍生品，曾推出1/8叶修、哔哩哔哩2233娘盒蛋、战舰少女R系列克星敦等热门手办产品。

（3）潮流玩具第三梯队为由艺术家创立的潮流玩具制作工作室，数量众多，规模普遍较小，市占率达到10%，包括以"RED HOT STYLE"怪兽玩具品牌起家的赤热玩具设计工作室、以艺术家Yoyo命名的独立潮流玩具工作室品牌Yoyo Yeung Studio等。缺乏充足资金支持的潮流玩具制作工作室通常采用在摩点网上发起众筹的模式筹措资金，发售产品。此外，众多工作室会选择参加由泡泡玛特主办的国际潮流玩具展会，采用限量发售的方式向前来参展的玩家出售产品。

第一梯队、第二梯队的潮流玩具头部企业均拥有知名的签约设计师、自建工厂以及完善的线上线下渠道，形成上下游产业链一体化，从而减少中间环节成本开支，快速规模化，形成强劲的品牌竞争力，在行业中占取领先地位。

中国潮流玩具行业竞争格局

梯队	市占率	企业	企业特点
第一梯队	60%	泡泡玛特	中国内地潮流文化带动者
第二梯队	30%	末那、 52TOYS、HobbyMax	深耕手办及IP衍生品设计、制作、零售领域
第三梯队	10%	Yoyo Yeung Studio、 赤热玩具设计工作室	由艺术家创立的潮流玩具制作工作室

来源：头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业典型企业分析——艾漫动漫（1/2）

公司名称：艾漫（上海）动漫设计有限公司　成立时间：2013年12月　中国公司总部：中国上海市

公司简介

艾漫（上海）动漫设计有限公司（简称“艾漫动漫”）在2013年12月正式成立，是一家主营动漫形象研发设计、潮流商品销售、漫展及商场活动策划的文化艺术企业。艾漫动漫旗下拥有艾漫贸易、艾漫食品、潮漫艾、漫艾爱、结界文化五大子公司，拥有艾漫诚品、萌热MOEHOT、IPSTAR|潮玩星球三大品牌。截至2019年，艾漫动漫已完成B+轮融资。

艾漫动漫旗下品牌介绍

- 艾漫动漫旗下主要包括艾漫诚品、萌热MOEHOT、IPSTAR|潮玩星球三大品牌。

- 艾漫诚品：艾漫动漫旗下文化创意、衍生品品牌，在线上电商平台建立了萌热动漫旗舰店、艾漫企业店、艾漫京东旗舰店、萌动漫行四大店铺。

- 萌热MOEHOT：艾漫动漫线上动漫社区，包括商品介绍、新品预订、活动专区、动漫资讯等分区。

- 萌热MOEHOT：艾漫动漫线下潮玩消费店铺，包括IP主题体验店、IP主题茶饮店、IP主题快闪店、IP主题特展店四大类门店。其中，IP主题体验店包含餐饮、零售业态，IP主题茶饮店以茶饮为主要业态，IP主题快闪店着重打造娱乐体验空间，内设扭蛋等娱乐场地，IP主题特展店则定期举办线下商场活动。

艾漫动漫线下消费店铺

来源：艾漫动漫官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业典型企业分析——艾漫动漫（2/2）

投资亮点一

线上线下全渠道经营

艾漫动漫将线上商城与线下体验店相结合，实现线上线下渠道互通：（1）线上商城：艾漫动漫不仅在天猫、京东等知名电商平台开设旗舰店、销售动漫周边产品，而且拥有自营线上动漫社区“萌热MOEHOT“；（2）线下体验店：艾漫动漫打造”IPSTAR|潮玩星球“实体店，将热门IP主题融入文创、餐饮、服装等多业态中，以打造场景化消费空间、聚集大量动漫爱好人群。线下社区不仅满足消费者的购物娱乐需求，而且满足了消费者的互动体验需求。

艾漫动漫线上社区与线下主题店

投资亮点二

全产业链覆盖

艾漫动漫主营业务覆盖潮流玩具设计开发、生产、销售以及版权代理孵化全产业链业务，在全产业链中拥有强大议价能力与合作伙伴资源，有利于企业快速开发优质IP衍生产品，在市场中形成产品优势与先发优势。目前，艾漫动漫已拥有狐妖小红娘、魔道祖师、一人之下等授权系列产品与小柯菊原创系列产品。

艾漫动漫授权与原创系列产品

Fate Stay Night UBW

狐妖小红娘

撒野广播剧

战略定位

艾漫动漫将企业定位为正版动漫服务与新零售服务企业。艾漫动漫注重特色IP引进与原创IP开发，旗下代理IP超过300个，包括全职猎人、一拳超人等国际知名IP。此外，艾漫动漫建立线上社区与线下主题店，打通新零售模式，实时更新新番周边。

来源：艾漫动漫官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业典型企业分析——魔力风暴（1/2）

公司名称：深圳市魔力互联网科技有限公司　成立时间：2016年1月　中国公司总部：广东省深圳市

公司简介

魔力风暴 MORSTORM

深圳市魔力互联网科技有限公司（简称“魔力风暴”）成立于2016年1月，从事影视、游戏、动漫IP衍生品的设计、制作、销售业务领域。魔力风暴拥有大量客户资源，与众多知名企业展开合作，如联想、OPPO、vivo、NGA、YY商场、恒大微购、触控科技、华为等。

魔力风暴产品介绍

➢ 魔力风暴的IP衍生品分为挂件、生活百货、文体、3C数码、手办模型5类。

漫威公仔香薰

- 挂件类：汽车用品、贴纸壁画，如米妮清新系列方向盘套、漫威公仔香薰、蜘蛛侠置物盒

POP公仔魔兽世界

- 手办模型：公仔，如POPOBE暴力熊、阿狸毛绒公仔、齐天大圣手办

尤达发声发光笔记本

- 文体类：文具、箱包，如星球大战尤达发声发光笔记本、DC动漫超人雕像存钱罐

星球大战马克杯

- 生活百货类：饰品、服装、生活用品，如变形金刚系列手机保护壳、奇异博士衣服套装、星球大战陶瓷杯

蚁人无线蓝牙鼠标

- 3C数码类：数码产品、手表等，如Kitty USB数码插座、钢铁侠头戴式耳机、狮王之盾移动电源

来源：魔力风暴官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业典型企业分析——魔力风暴（2/2）

投资亮点一

品牌优势

魔力风暴代理美国传奇影业《魔兽》电影全球3C类授权品牌Swordfish，并多次参加国际潮流玩具展会、国际创意文化大展，参展产品包括按照1:6比例制作的兼具手机充电和手机支撑功能的12英寸杜隆坦持斧战斗状态充电座、洛萨手机充电座等魔兽电影衍生品，受到众多消费者欢迎。

此外，魔力风暴与变形金刚、漫威、星球大战、正义联盟、小黄人、熊本熊等多个热门国际IP授权商展开合作设计、生产周边衍生品，如《复联3：无限战争》摇头公仔系列手办、变形金刚拉杆箱、蜘蛛侠纪念版蓝牙无线耳机。

魔力风暴产品展示

杜隆坦持斧战斗状态充电座

洛萨手机充电座

变形金刚拉杆箱

投资亮点二

渠道优势

魔力风暴拥有多种销售渠道，其中，魔力风暴已在南宁、上海、佛山、北京、深圳、长沙等多个地区开立了线下直营店，为消费者呈列各类IP系列衍生品；暴力风暴入驻天猫、京东等电商平台，并开设线上官方旗舰店，方便消费者享受线上消费的快捷。此外，暴力风暴协助北京动漫大道等组织单位举办动漫大道国际动漫文化大展，吸引众多玩家参加潮流玩具主题展览，如动漫邮票展，举行包括COSPLAY比赛、英雄联盟比赛在内的众多活动，在进一步刺激玩家对二次元、动漫、网游的兴趣和爱好的同时，扩大魔力风暴的品牌影响力，吸引玩家购买其IP衍生品。

战略定位

魔力风暴对企业的战略定位为未来成为涵盖电影、动漫、游戏衍生品的设计、制作、销售环节的综合电商平台，同时为企业客户提供定制化衍生品服务，并依托现代技术与动漫电影产业结合，大力推动潮流玩具行业发展。

来源：魔力风暴官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

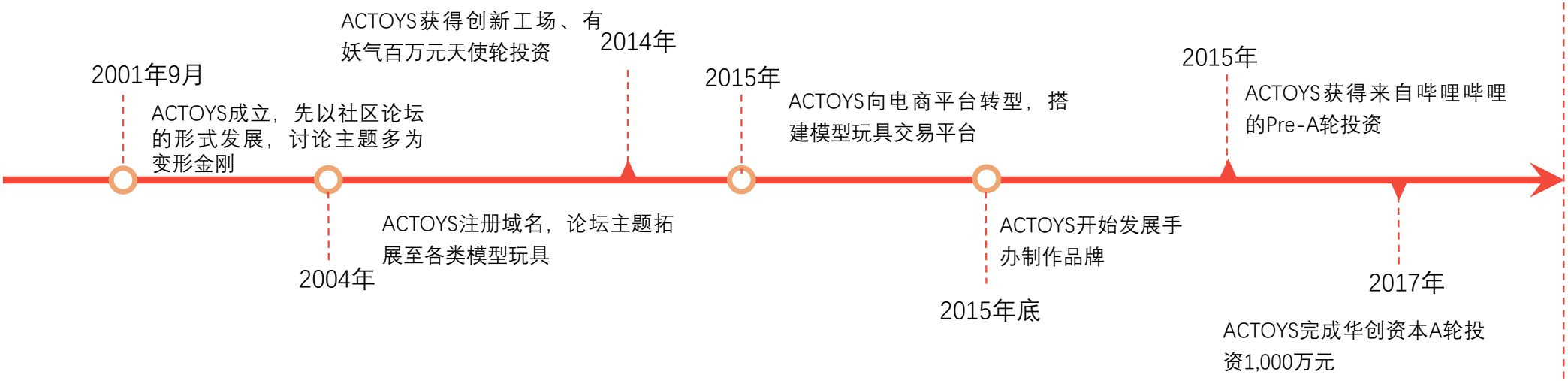
中国潮流玩具行业典型企业分析——ACTOYS（1/2）

公司名称：济南亿福莱网络科技有限公司　　成立时间：2001年9月　　中国公司总部：山东省济南市

公司简介

济南亿福莱网络科技有限公司（简称“ACTOYS”）于2001年9月成立，又称中文世界动漫周边模型玩具网，是模型玩具爱好者的交易平台。ACTOYS作为潮流玩具企业头部企业之一，受到多方资本青睐，分别于2014年、2016年、2017年获得来自创新工场、有妖气、哔哩哔哩、华创资本的天使轮、Pre-A轮、A轮投资。

发展历程



来源：ACTOYS官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

中国潮流玩具行业典型企业分析——ACTOYS（2/2）

投资亮点

产品优势

ACTOYS主要出售女孩娃娃、怀旧玩具、12寸可动人偶、特种部队、星球大战、忍者神龟、七龙珠、高达、圣斗士等主流模型玩具，拥有刀剑神域、索尼子、非人哉、狐妖小红娘、2333娘等十余个知名IP。ACTOYS旗下的EMONTOYS日本手办品牌所设计制造的潮流玩具产品，如《刀剑神域》、《请问你要来点兔子吗？》、《NEW GAME!!》、《天元突破红莲螺岩》，已在AMAZON JAPAN、AMIAMI等线上线下平台出售，受到众多消费者欢迎。

团队专业

ACTOYS拥有由30余人组成的原型师团队，其中部分原型师拥有十余年商业化手办制作经验。此外，ACTOYS长期与日本知名原型师保持合作关系，持续推出热门IP衍生品。与此同时，ACTOYS的创始人徐洋拥有十余年创业经验，首席运营官马强拥有十余年潮流玩具产品设计及项目管理经验，首席营销官王蕊曾于小米、腾讯、猫扑任职，拥有丰富的产品营销经验。

专业的原型师团队和产品运营团队为ACTOYS的发展奠定了坚实基础。

ACTOYS产品

变形金刚恐龙模型

高达能天使模型

海贼王两手炎模型

大圣模型

鬼妈妈手办

守望先锋机器人

来源：ACTOYS官网，头豹研究院编辑整理

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

方法论

头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。

- 研究院依托中国活跃的经济环境，从手办、玩具用品等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。
- 头豹研究院本次研究于2019年12月完成。

©2019.12 LeadLeo

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

法律声明

- 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。

liaohan.net nblax520.com